

Управление Федеральной антимонопольной службы
по Республике Коми

Определение

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № 011/05/21-780/2021
И НАЗНАЧЕНИИ ДЕЛА К РАССМОТРЕНИЮ

08 октября 2021 года

№ 03-01/7422

г. Сыктывкар

<...> (по адресу)

ИП <...> (по адресу)

ГУ РК «Ухтинский

**дом ребенка
специализированный»**

Космонавтов пр-т, 9 «А»,

г. Ухта, 169313

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Коми УФАС России) по рассмотрению дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, <...>, рассмотрев заявления <...> (далее – <...>, заявитель) по фактам нарушения требований Федерального закона от

УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступили заявление <...> от 01.08.2021, направленное письмом Территориального отдела Управления Роспотребнадзора по Республике Коми в городе Ухте от 12.08.2021 № 1794/04-01 (вх. № 4201-э от 13.08.2021), а также заявление <...> от 26.08.2021 (вх. № 4451-э от 27.08.2021) о нарушении рекламного законодательства, в том числе при распространении рекламы алкогольной продукции.

По результатам рассмотрения заявлений установлено следующее.

Со стороны многоквартирного дома № 7А по проспекту Космонавтов г. Ухты, рядом с территорией ГУ РК «Ухтинский дом ребенка специализированный» расположен нестационарный торговый объект (далее – НТО) «Розливушка».

На внешних стенах НТО «Розливушка» размещена, в том числе информация следующего содержания:

- «ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ СНЕКИ»;

- слева и справа от входной двери размещены изображения следующих торговых марок пива: «Grolsch», «Жигулёвское пиво», «Stella Artois», «Чешское», «Heineken», «Bavaria», «Miller genuine draft», «Сыктывкар пиво».

В соответствии с положениями, установленными п. 1 ст. 3 Закона о рекламе, реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно пунктам 2, 3 ч. 2 ст. 2 Закона о рекламе данный Федеральный закон не распространяется на информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом; на справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой.

ФАС России в письме от 27.12.2017 № АК/92163/17 «О разграничении понятий вывеска и реклама» разъяснила что, законодательство, в том числе статья 9 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» не содержит

указания на то, что информация о характеристиках реализуемых товаров, о проводимых организацией акциях и/или скидках или лозунги, слоганы являются обязательными к размещению на вывесках. Следовательно, конструкции, содержащие информацию о характеристиках реализуемых товаров, о проводимых организацией акциях и/или скидках, либо различные лозунги, слоганы, либо иную информацию об определенном лице или товаре, не обязательную к размещению, могут быть расценены как вывески, содержащие сведения рекламного характера, и на такие конструкции распространяются требования Закона о рекламе, в том числе в случае их размещения в месте нахождения организации. Указанная позиция подтверждается, в том числе решениями судов по делам № А28-12028/2016, № А43-17212/2015, № А51-3119/2010, № А51-7177/2009.

Указанная информация не является обязательной в силу Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей», соответственно, направлена на привлечение внимания к конкретным объектам рекламирования. Кроме того, размещённая около двери информация формирует интерес к конкретным производителям алкогольной продукции, соответственно, указанная информация является рекламой алкогольной продукции и должна распространяться с учётом положений ст. 21 Закона о рекламе.

Учитывая изложенное, размещённые около входной двери НТО «Розливушка» изображения торговых марок пива «Grolsch», «Жигулёвское пиво», «Stella Artois», «Чешское», «Heineken», «Bavaria», «Miller genuine draft», «Сыктывкарпиво» содержат следующие признаки рекламы:

- распространены посредством размещения около входной двери НТО «Розливушка»;
- адресованы неопределённому кругу лиц;
- направлены на привлечение внимания к объекту рекламирования – алкогольной продукции торговых марок «Grolsch», «Жигулёвское пиво», «Stella Artois», «Чешское», «Heineken», «Bavaria», «Miller genuine draft», «Сыктывкарпиво», формирование или поддержание интереса к нему, и его продвижение на рынке.

В соответствии с п. 7 ст. 2 Федерального закона № 171-ФЗ от 22.11.1995 «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» алкогольная продукция – пищевая продукция, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции, за исключением пищевой продукции в соответствии с перечнем, установленным Правительством

Российской Федерации. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как спиртные напитки (в том числе водка, коньяк, виноградная водка, бренди), вино, крепленое вино, игристое вино, включая российское шампанское, виноградосодержащие напитки, плодовая алкогольная продукция, плодовые алкогольные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

Согласно п. 13.1 ст. 2 Федерального закона № 171-ФЗ от 22.11.1995 «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» пиво – алкогольная продукция с содержанием этилового спирта, образовавшегося в процессе брожения пивного сусла, которая произведена из пивоваренного солода, хмеля и (или) полученных в результате переработки хмеля продуктов (хмелепродуктов), воды с использованием пивных дрожжей, без добавления этилового спирта, ароматических и вкусовых добавок. Допускается частичная замена пивоваренного солода зерном, и (или) продуктами его переработки (зернопродуктами), и (или) сахаросодержащими продуктами при условии, что их совокупная масса не превышает 20 процентов массы заменяемого пивоваренного солода, а масса сахаросодержащих продуктов не превышает 2 процентов массы заменяемого пивоваренного солода.

В пункте 16 Информационного письма Президиума Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор Практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» указано, что информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Рассматриваемая реклама вызывает у потребителей ассоциацию с определенным товаром – алкогольной продукцией. В связи с чем, такая реклама не является явно не относящейся к рекламе алкогольной продукции. Следовательно, при её размещении должны соблюдаться требования ст. 21 Закона о рекламе.

В силу пунктов 5, 6 ч. 2 ст. 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции не должна размещаться:

- с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их;
- в детских, образовательных, медицинских, санаторно-курортных, оздоровительных, военных организациях, театрах, цирках, музеях, домах и дворцах культуры, концертных и выставочных залах, библиотеках, лекториях, планетариях и на расстоянии ближе чем сто метров от занимаемых ими зданий, строений, сооружений.

В соответствии с ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде её чрезмерного потребления, причём такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Рассматриваемая реклама не содержит предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции.

Из материалов заявлений следует, что НТО «Розливушка» расположен в непосредственной близости от ГУ РК «Ухтинский дом ребенка специализированный».

Согласно п. 2.2 Устава ГУ РК «Ухтинский дом ребенка специализированный», размещённого на сайте Учреждения (<https://www.gurkudrs.ru/>), основным видом деятельности Учреждения является медицинская деятельность. Кроме того, на сайте ГУ РК «Ухтинский дом ребенка специализированный» размещена выданная Учреждению лицензия на осуществление образовательной деятельности.

Администрация МОГО «Ухта» письмом от 25.08.2021 № 01-29-5903 (вх. № 3811 от 30.08.2021) представила информацию о кратчайшем расстоянии (в метрах) от здания, занимаемого НТО, расположенным со стороны дома № 7А по проспекту Космонавтов г. Ухты, до ближайшей точки периметра зданий, строений, сооружений, занимаемых ГУ РК «Ухтинский дом ребенка специализированный», а также до ближайшей точки периметра ограждения ГУ РК «Ухтинский дом ребенка специализированный». Так, расстояние от входа в НТО до входа на территорию ГУ РК «Ухтинский дом ребенка специализированный» составляет 34 м.; от НТО до ближайшей точки стены здания – 50 м.; от НТО до ближайшей точки периметра ограждения – 0 м.

Из материалов заявлений усматривается, что рассматриваемая реклама размещена с использованием рекламной конструкции, монтируемой и располагаемой на внешней стене НТО. Кроме того, она размещена на расстоянии ближе чем сто метров от здания, занимаемого ГУ РК «Ухтинский дом ребенка специализированный».

При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама размещена с признаками нарушения требований пунктов 5, 6 ч. 2, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

Размещённая на внешней стене НТО «Розливушка» информация следующего содержания «ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ СНЕКИ» содержит следующие признаки рекламы:

- распространена посредством размещения на внешней стене НТО «Розливушка»;
- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования – снекам, формирование или поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

В соответствии с п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В п. 29 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что при рассмотрении дел о признании рекламы недостоверной судам необходимо исходить из следующего. Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах. В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

Реклама «ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ СНЕКИ» содержит указание на лучшие цены, однако не содержит указания конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

В связи с чем, реклама «ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ СНЕКИ» размещена с признаками нарушения требований п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

В силу ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе за нарушение требований, установленных п. 1 ч. 3 ст. 5, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе, ответственность несет рекламодатель.

В силу ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе за нарушение требований, установленных пунктами 5, 6 ч. 2, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе, ответственность несет рекламораспространитель.

Частью 8 ст. 38 Закона о рекламе предусмотрено, что рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и 7 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодаделец – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу п. 7 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно п. 6 ст. 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Из информации, представленной администрацией МОГО «Ухта», следует, что деятельность в магазине «Розливушка» осуществляет индивидуальный предприниматель <...>, ОГРНИП <...>, ИНН <...> (далее – ИП <...>).

В связи с чем, из имеющихся материалов усматривается, что рекламодателем и рекламодателем рассматриваемых реклам является ИП <...>.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 24, 25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утверждённых Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922,

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № 011/05/21-780/2021 по признакам нарушения п. 1 ч. 3 ст. 5, пунктов 5, 6 ч. 2, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

2.1. заявителя – <...>;

2.2. лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, – ИП <...>, ОГРНИП <...>, ИНН <...>.

3. Привлечь к участию в деле в качестве лица, располагающего сведениями о рассматриваемых в ходе дела обстоятельствах, ГУ РК «Ухтинский дом ребенка специализированный», адрес места нахождения: 169313, Республика Коми, г. Ухта, проспект Космонавтов, 9 «А», ОГРН 1021100732014, ИНН 1102017252, КПП 110201001.

4. Назначить дело № 011/05/21-780/2021 к рассмотрению **на 08 ноября 2021**

года на 15 часов 00 минут по адресу: Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Интернациональная, д. 160, корпус А.

5. ИП <...> в срок не позднее 03 ноября 2021 года представить следующие копии документов и письменную информацию:

5.1. О рекламодателе, рекламопроизводителе и рекламораспространителе рассматриваемых реклам, с указанием по каждому такому лицу: полного наименования, адреса места нахождения, Ф.И.О. руководителя, тел./факса – для юридических лиц; Ф.И.О., адреса места регистрации – для физических лиц.

5.2. Копии всех документов со всеми изменениями, дополнениями и приложениями (в том числе, приказов, распоряжений, заявок, договоров, счетов, счетов-фактур, платежных поручений, актов выполненных работ, электронной переписки), опосредующих производство и распространение рассматриваемых реклам.

5.3. Письменные пояснения каждого последовательно совершенного действия, направленного на производство и распространение рассматриваемых реклам.

5.4. Поясняющие, кто определил содержание рассматриваемых реклам, их наполнение, кем, когда и каким образом одобрены (утверждены, согласованы) рекламы; в случае если рекламы не утверждались и не согласовывались, представьте соответствующую поясняющую письменную информацию с указанием причин непринятия мер по согласованию.

5.5. О периоде распространения рассматриваемых реклам, с указанием дат начала и окончания распространения; если распространение продолжается на дату представления ответа – с указанием соответствующей поясняющей информации и даты начала распространения (отдельно по каждой рекламе).

5.6. Перечень алкогольной продукции, которая реализуется ИП <...> в НТО «Розливушка», расположенном со стороны многоквартирного дома № 7А по проспекту Космонавтов г. Ухты, с приложением копий подтверждающих документов (прайс-листа, иных).

5.7. Копии документов (договора аренды, иных), на основании которых ИП <...> пользуется помещением для размещения НТО «Розливушка», расположенным со стороны многоквартирного дома № 7А по проспекту Космонавтов г. Ухты.

5.8. Доказательства соответствия действительности утверждения о лучших ценах, содержащегося в рекламе «ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ СНЕКИ».

5.9. О причинах распространения реклам, размещённых около входной двери НТО «Розливушка», с изображениями торговых марок пива «Grolsch»,

«Жигулёвское пиво», «Stella Artois», «Чешское», «Heineken», «Bavaria», «Miller genuine draft», «Сыктывкарпиво», без учёта требований пунктов 5, 6 ч. 2, ч. 3 ст. 21 Закона о рекламе.

5.10. О причинах размещения рекламы «ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ СНЕКИ» без учёта требований п. 1 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе.

5.11. Иные документы и письменную информацию, имеющие значение для рассмотрения дела (при наличии).

6. ГУ РК «Ухтинский дом ребенка специализированный» в срок не позднее 03 ноября 2021 года представить следующие копии документов и письменную информацию:

6.1. Копии документов, на основании которых Учреждение занимает здание по адресу: г. Ухта, проспект Космонавтов, 9 «А».

6.2. Копии документов (в том числе лицензий, иных), подтверждающих факт осуществления Учреждением медицинской и образовательной деятельности в здании, расположенном по адресу: г. Ухта, проспект Космонавтов, 9 «А».

7. <...> вправе (с паспортом) явиться лично и (или) обеспечить явку представителя (с надлежащим образом оформленной доверенностью) для участия в рассмотрении дела, либо сообщить о возможности рассмотрения дела в своё отсутствие **в срок до 03 ноября 2021 года**.

8. **ИП <...>** вправе (с паспортом) явиться лично и (или) обеспечить явку представителя (с надлежащим образом оформленной доверенностью) для участия в рассмотрении дела, либо сообщить о возможности рассмотрения дела в своё отсутствие **в срок до 03 ноября 2021 года**.

Примечание:

При ответе на настоящее определение необходимо соблюдение нумерации пунктов, по приложениям необходимо указать, к какому пункту определения они прилагаются, с указанием номера пункта.

В случае отсутствия документов и письменной информации по отдельным пунктам настоящего определения укажите на их отсутствие с пояснением причин отсутствия и указанием источника, где запрашиваемое может быть получено.

Представленное на определение должно быть подписано уполномоченным лицом, прилагаемые копии надлежащим образом заверены, подтверждена их достоверность и полнота.

В соответствии с ч. 6 ст. 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) – влечет наложение административного штрафа.

Председатель комиссии

<...>